Bilder-SEO

Stand: 04.07.2022

Bilder werten eine Website optisch enorm auf. Sie motivieren die User, sich mit den Inhalten auseinanderzusetzen, und visualisieren den Content zusätzlich. Bei der Auswahl und Platzierung gibt es einige Aspekte zu beachten, denn durch die Bildsprache werden Emotionen und Gedanken bei den Betrachtern hervorgerufen, die sich auf die Bewertung des Gelesenen auswirken. Die visuellen Contentformate haben auch einen Einfluss auf die Sichtbarkeit der Internetpräsenz – wenn sie richtig eingesetzt werden. Dabei hilft Webseitenbetreibern die Bilder-SEO.

Definition

Die Bilder-SEO beschäftigt sich als Teil der SEO ebenfalls mit der **Steigerung der Sichtbarkeit** einer Website. In diesem Fall untersucht sie, wie die Medien **optimal aufbereitet und platziert** werden, damit sie sich positiv auf das Ranking in den SERPs auswirken.

User können Internetseiten über die Suchmaschinen auf mehrere Arten finden. Neben dem allgemeinen Reiter, der klassischerweise voreingestellt ist, haben sie die Möglichkeit, nach **Bildern** zu **filtern**. Tauchen nun Dateien der eigenen Website weit oben auf, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass die Nutzer draufklicken und der Algorithmus sie dahin weiterleitet. Dadurch generieren Unternehmen **Traffic durch die Bildersuche**. Somit spielen grafische Darstellungen eine wichtige Rolle in der SEO.

Hintergrund der Bilder-SEO

Besuchen Nutzer eine Website, zählen die darauf dargestellten Bilder zu den **Blickpunkten**, die zuerst wahrgenommen werden. Sie haben einen entscheidenden Einfluss darauf, ob der Inhalt der Seite gelesen wird oder nicht. Die richtigen **Bildmaße** sind dabei wichtig. Damit die Grafik den Text sinnvoll ergänzt, sollte sie **groß genug** sein. So können User alle wesentlichen Punkte darauf problemlos erfassen. Ist das nicht der Fall, bringt sie ihnen keinen Mehrwert und wird nicht weiter beachtet.

Ist das Bild stark vergrößert, besteht die Gefahr, dass es **verpixelt** dargestellt wird. In dem Fall ist es unscharf und die Seitenbesucher haben **Schwierigkeiten**, die Aussage dahinter zu erkennen. Bei manchen Usern führt es sogar zu einem **Verlassen der Website**. Ähnlich verhält es sich mit Bildern, die an unpassenden Stellen eingebunden sind. Ragen sie in den Text hinein und verschieben dadurch Absätze, verzerren sie die Optik und die Ästhetik der Website. Auch das sorgt für eine schwindende Motivation, sich die Inhalte weiterhin durchzulesen. Eine Optimierung hilft, die **User Experience zu verbessern**.

Relevanz der Bilder-SEO

Bilder nehmen in der **Informationserfassung** einen immer höheren Stellenwert ein. Heute bringen die wenigsten User die Motivation auf, sich durch ellenlange Absätze zu kämpfen und dabei konzentriert zu lesen. Gerade durch die bild- und videogeprägten Plattformen wie Instagram, TikTok und YouTube sinkt die Bereitschaft, sich mit reinem Text auseinanderzusetzen. Das Verhalten überträgt sich bei vielen Nutzern aus den sozialen Netzwerken auf Websites.

Auch Google geht auf die **steigende Relevanz von Bildern** ein. In den Suchergebnissen blendet der Algorithmus neben den **Meta-Angaben** ein Bild aus dem Content der Seite ein, sofern eins vorhanden ist. Es fällt sofort auf und lässt den User darauf schließen, welche Inhalte ihn dort erwarten.

Bei Produkten, deren Aussehen entscheidend für die Nutzer ist, wie das Ergebnis eines Kochrezepts oder Kleidungsstücke im **E-Commerce**, entscheidet das richtige Bild sogar über den Webseitenbesuch. Spricht es die Person nur wenig an, sinken die Chancen, dass sie auf den Link klickt. Stattdessen wählt sie das Suchergebnis aus, das sie am meisten überzeugt. Produktbilder sprechen schließlich Bände und **animieren Kunden** eher zum Kauf als eine reine Textbeschreibung.

Die **korrekte Einbindung** in die SERPs gelingt allerdings nur, wenn die Medien entsprechend dafür optimiert sind. Dazu gehören neben dem Format auch die **Alt-Attribute** sowie die **Dateigröße**. Erkennt die Suchmaschine die Bilder nicht beziehungsweise sind sie zu groß, können sie nicht korrekt angezeigt werden.

Bilder-SEO ist besonders relevant, wenn:

- Bilder das **eigene Produkt** zeigen, besonders im Bereich der Fotografie. Da hier das Handwerk dargestellt wird, etwa als Wandbilder oder Fototassen, ist es wichtig, dass User die Website oder den Shop über die Bildersuche finden.
- Produktbilder ausschlaggebend für den Verkaufsprozess sind. Das Aussehen eines Artikels trägt maßgeblich zur Kaufentscheidung bei, daher hilft es Nutzern, wenn sie mehrere Ansichten zur Verfügung haben. **Stimmungsbilder** motivieren sie zusätzlich.
- Grafiken und Fotos selbst produziert und **einzigartig** Das macht sie zu Unique Content, der unbedingt Aufmerksamkeit verdient.
- die eingesetzten Medien die **Informationsaufnahme erleichtern**. Gerade bei komplexen Sachverhalten helfen Infografiken dabei, den Inhalt verständlich zu vermitteln.

Vorteile der Bildnutzung

Richtig eingesetzt, werten Bilder neben der Optik zusätzlich den Inhalt einer Website auf. Sie helfen dabei, die Nutzer zu motivieren, sich mit dem Content auseinanderzusetzen. Das zeigt sich in einer längeren **Verweildauer**, die darauf schließen lässt, dass Besucher die Inhalte wirklich aufmerksam lesen. Darüber hinaus sorgen optimierte Dateien für weitere Vorteile:

- Bindet der Algorithmus Bilder der Website neben den Link in den allgemeinen SERPs ein, wirken sie wie ein **Eyecatcher**, auf den sofort die Aufmerksamkeit fällt. Dadurch steigt die Chance, dass der Nutzer die Website auswählt.
- Shops erhöhen mit aussagekräftigen Bildern die Wahrscheinlichkeit, dass die Seitenbesuche und die Conversions zunehmen. Im Internet nutzen User meist die **Shop- oder Bildersuche**, um gleich zu erfahren, wie das jeweilige Produkt aussieht. Sind die eigenen Bilder dort weit oben angesiedelt, fällt ihr Blick darauf.
- In manchen Fällen, gerade bei Produkten, zeigt Google Bilder als separate Suchergebnisse in den allgemeinen SERPs an. Rankt der eigene Shop bei einem bestimmten Keyword nicht sehr weit oben, kann dennoch ein **Produktbild unabhängig davon** in dieser Suche auftauchen. Ergo haben relevante Bilder einen großen Einfluss auf die Sichtbarkeit.
- Wurden die Bilder einer Website im passenden Format und der richtigen Größe hochgeladen, werden sie beim Aufbau der Seite schnell angezeigt. So wirken sie sich **positiv** auf die **Ladegeschwindigkeit**

Google-Updates hinsichtlich der Bildersuche

In den letzten Jahren hat Google die Bildersuche verändert, um sie nutzerfreundlicher zu gestalten. Bis 2017 wurden die Bilder der Websites in den SERPs durch **iFrames** angezeigt. Mit einem Klick darauf leitete die Suchmaschine Nutzer auf die Website weiter, von der das Bild stammt. Dadurch stiegen die Websitebesuche und damit der Traffic bei beliebten Bildern. Die Anwendung wurde in dem Jahr allerdings abgeschafft.

Als Neuerung haben nun alle Bilder in den SERPs die **gleiche Größe**, die als Vorschau dient. Klicken Nutzer darauf, zeigt die Suchmaschine das Bild in Originalgröße an, allerdings **ohne Weiterleitung**, sondern als ausgeklappter Kasten in den Suchergebnissen selbst mit einem schwarzen Hintergrund. Zusätzlich erscheinen zwei Buttons. Sie bieten die Optionen, das Bild zu teilen oder die dahinterstehende Website aufzurufen. Aus Sicht der Seitenbetreiber ist das eine negative Folge, da die ursprüngliche **Trafficgenerierung** auf diese Weise **sinkt**.

Durch das bequeme Teilen der Medien befürchten jedoch viele, dass **Urheberrechtsverletzungen** ansteigen würden. Dagegen sollten die **Image Credits** helfen, die Google im Update 2018 implementierte. Ein Feld unterhalb des Bildes zeigt an, wer der Urheber ist und zu welcher Website es gehört. Dafür muss der Webmaster die **IPTC-Informationen** in den Meta-Daten der Seite eintragen. Zudem wird die Domain des Vorschaubildes automatisch eingeblendet, um es leichter zuzuordnen. Neu ist außerdem die Darstellung von Werbeanzeigen, wenn User transaktionale Keywords verwenden.

Bestandteile der Bilder-SEO

Um ein Bild oder eine Grafik gewinnbringend einzusetzen, spielen mehrere Faktoren eine entscheidende Rolle. Das Medium auf der Website hochzuladen, genügt dabei nicht. Die Optimierung ist aber trotzdem für jeden Webmaster durchführbar, ohne Experte auf dem Gebiet sein zu müssen.

Bildgröße und -format

Ein Bild dient dazu, den Inhalt einer Website **stimmig zu erweitern** und für eine ansprechende Optik zu sorgen. Damit es eine Bereicherung und keine Störung des Leseflusses ist, sollten Administratoren auf die richtigen Einstellungen achten. Es gilt: Je schärfer, desto besser – mit ein paar Einschränkungen.

Hochauflösende Bilder wirken auf den Nutzer **professioneller** und hochwertiger als kleine und unscharfe Varianten. Sobald er nicht alles darauf erkennt, ist er abgeneigt, der Seite weiter Beachtung zu schenken, und die Absprungrate steigt. Der Richtwert für die minimale Länge beziehungsweise Breite liegt bei etwa **300 Pixeln**. Der Trend geht zu immer größeren Auflösungen, weil die Bildschirmgröße stetig wächst. Die Auflösung für Bilder im Web sollte **zwischen 72 und 150 ppi** (pixels per inch) liegen.

Allerdings kann es passieren, dass sehr große Bilder von Google automatisch skaliert oder abgeschnitten werden. Daher sollten Webseitenbetreiber das **Seitenverhältnis von 4:3** wählen. Des Weiteren ist die Dateigröße entscheidend. Mit einer Software oder einem Onlinedienst lassen sich Dateien sehr gut komprimieren, sodass sie am Ende eine Größe von ca. **150 kB** nicht überschreiten. Darüber hinaus wirkt sich die Bildgröße auf die Ladegeschwindigkeit der Seite aus. Sie ist ein Rankingfaktor, weshalb die Bilder dahingehend optimiert werden müssen.

Ob Webmaster auf das PNG- oder JPEG-Format zurückgreifen, ist für das Ranking nicht von Bedeutung. Die Medien müssen jedoch mit dem Browser kompatibel sein. Je nach Anbieter kann es zu Unterschieden in der Darstellung kommen.



Bilddatei Auflösung und Größe

Dateinamen

Die umfassende Benennung der Dateien fällt bei vielen Unternehmen gern mal unter den Tisch. Sie ist aber nicht nur für die **interne Organisation** im Speichermedium, sondern ebenso für die **Suchmaschine** hilfreich. Kryptische Namen aus Buchstaben- und Zahlenkombinationen helfen keiner Partei wirklich weiter. Die Bezeichnung sollte stattdessen aussagekräftig und eindeutig sein. Auch, wenn sie sich nicht unmittelbar aufs Ranking auswirkt, sollte sie nicht vernachlässigt werden. Am einfachsten ist es, wenn der Name das **Keyword** enthält, das im dazugehörigen Text fällt. Sind es mehrere Wörter, sollten sie durch Bindestriche getrennt sowie Umlaute ausgeschrieben werden.

Alt- und Title-Tags

HTML-Attribute wie **Description** und **Title** sind nicht nur bei reinem Text wichtig. Bilder weisen die Angaben ebenfalls auf und Webmaster sollten sie daher unbedingt berücksichtigen. Sie helfen dem Algorithmus der Suchmaschine, die Datei korrekt zu erfassen, da er die Inhalte von Bildern nicht vollständig auslesen kann. Durch die Tags bekommt er weitere Informationen, die er zur Darstellung

benötigt.

Das **Alt-Attribut** gibt den **Bildinhalt als Text** wieder. Das ist einerseits wichtig, sollte das Medium nicht korrekt angezeigt werden können. Es hilft andererseits auch Nutzern, die eine Sehschwäche haben, und trägt somit zu einem **barrierefreien Internet** bei. Dies funktioniert allerdings nur, wenn der Administrator beim Hochladen die benötigten Informationen einträgt.

Fahren User mit dem Cursor über ein Bild, erscheint ein Tooltip. Der dargestellte Text ist das **Title-Attribut**. Hier bietet sich eine schöne Möglichkeit, Keywords zu platzieren. Selbstredend sollten die Schlagworte zum Thema des umliegenden Textes passen. Eine Keyword-Optimierung hat auf Webseite und Bild Einfluss.

```
<!-- KEYWORD: auto vw golf -->
<img src="http://www.domain.de/autos/vw/golf/vw_golf_innenausstattung.jpg" alt="Innenausstattung eines VW Golf Autos" />
<p><i>Innenausstattung eines VW Golf Autos</i></p><!-- Bildunterschrift -->
```

Bildoptimierung: Alt-Tags

Umliegender Text

Stellen Sie als erstes sicher, dass Ihr Bild den **umliegenden Content** gut **ergänzt oder visualisiert**. Rein psychologisch schauen wir zuerst die Bilder an. Finden wir einen Apfel auf einem Artikel zu Industrie-Streiks würde das den User verwirren. Stimmen Sie die **Keywords des Textes** mit den Bild-Keywords ab. Das Bild gehört zu Ihrem Content und eine Keyword-Optimierung hat auf Webseite und Bild Einfluss. Eine einfache Möglichkeit relevanten umliegenden Text zu generieren ist die **Bildbeschreibung**. Sie wird sehr nahe am Bild ausgegeben und sind für User und Google sinnvoll.



Umliegender Text bei Bildern

Bildquellen

Dateien müssen für die Verwendung auf einer Website einen **festgelegten Speicherort** besitzen. Ähnlich wie der Dateiname sollte er **eindeutig benannt** sein. Möchte ein Webmaster nun eine Grafik oder ein Bild auf verschiedenen Unterseiten nutzen, sollte das Medium trotzdem nur einmal gespeichert und von derselben Quelle aus verlinkt werden.

```
<!-- KEYWORD: auto vw golf -->
<img src="http://www.domain.de/autos/vw/golf/vw_golf_innenausstattung.jpg"/>
```

Bildoptimierung: Pfad

Offpage-Bilder-SEO

Die Bildquelle einer Datei kann nicht nur auf der eigenen Website Verwendung finden. Ist das Bild auch für andere Websites interessant, können diese den Pfad verlinken und so für **Backlinkaufbau** sorgen.

6 Tipps für die Bilder-SEO

Sobald die richtigen Einstellungen getroffen wurden, ist alles für eine reibungslose User Experience vorbereitet. Damit an wirklich alles gedacht wird, hilft es Webmastern, sich eine **Checkliste** zu erstellen, die sie abarbeiten. Um die Sichtbarkeit einer Website weiter zu erhöhen, folgen ein paar Tipps:

1. Die Bilder sollten **auch außerhalb der Website** Aussagekraft haben und die Brand stärken. Dafür eignen sich Infografiken sehr gut. Tauchen sie als einzelne Elemente in den Bilder-SERPs auf, sind sie trotzdem sinnhaft. Weisen sie eine hohe Qualität auf, spricht das für das dahinterstehende Unternehmen und die Wahrscheinlichkeit steigt, dass User sich anschließend auf dessen Internetpräsenz umsehen.
2. Sind Bildinhalte einer Website noch nicht indexiert, können Administratoren nachhelfen, indem sie sie in eine **Sitemap**
3. Haben Webseitenbetreiber erfolgreich **Evergreen Content** kreiert, sollten sie besonders dort Wert auf Anschauungsmaterial legen. Durch die **langjährige Relevanz** des Contents besteht die Chance, dass sich dort platzierte Bilder zu einer dauerhaften Quelle für Traffic entwickeln. Im Gegensatz dazu tendiert die newsgetriebene Bildsuche dazu, aktuelle Bilder zu berücksichtigen.
4. Wie bei den Texten gilt: **Qualität vor Quantität**. Hochwertige, aussagekräftige und zugleich kreative Bilder bringen ein besseres Ranking als minderwertige Bilder ohne Aussage. Sie sollten **zum Inhalt der Website passen** und die Keywords widerspiegeln, nicht nur Lückenfüller sein.
5. Darüber hinaus sollten die Administratoren die **Rechte** zu den verwendeten Bildern **besitzen**. Es ist nicht zulässig, fremdes Eigentum zu kopieren. Aus diesem Grund sollten sie die Lizenz angeben und das Copyright auszeichnen.
6. Umgekehrt können Webseitenbetreiber mit der **Reverse Image Search** von Google herausfinden, ob andere Internetpräsenzen ihre Bilder nutzen. Dazu fügen sie das Bild in die Suche ein und der

Algorithmus zeigt daraufhin alle Websites an, auf denen es vorkommt.

Integration der Bildoptimierung in die Suchmaschinenoptimierung

Innerhalb der SEO Projekte der Löwenstark spielen Bilder ein große Rolle. Wir beurteilen **Potential für die Rankings** Ihrer Bilder während der Onpage Analyse und Keyword-Analyse mit.

In der Umsetzung und Erstellung von Content werten wir unsere Text mit Bildern direkt auf. Nach den vorgestellten **best practise optimieren** wir neue und bestehende die Bilder hinsichtlich Metadaten und Indexierbarkeit. Darüber können wir **mit guten Grafiken Links aufbauen**. Der Blick auf alle Online-Marketing Bereiche ist uns bei den Bildern ebenso wichtig. Ein weiterer **Vorteil der Bildoptimierung** ist die verbesserte Usability. Es werden Ladezeiten verringert und auf mobile Darstellung geprüft.

Als SEO-Agentur stehen wir Ihnen mit unserer Expertise zur Seite. Kontaktieren Sie uns gerne!